COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 26 février 2016

Mediametrie

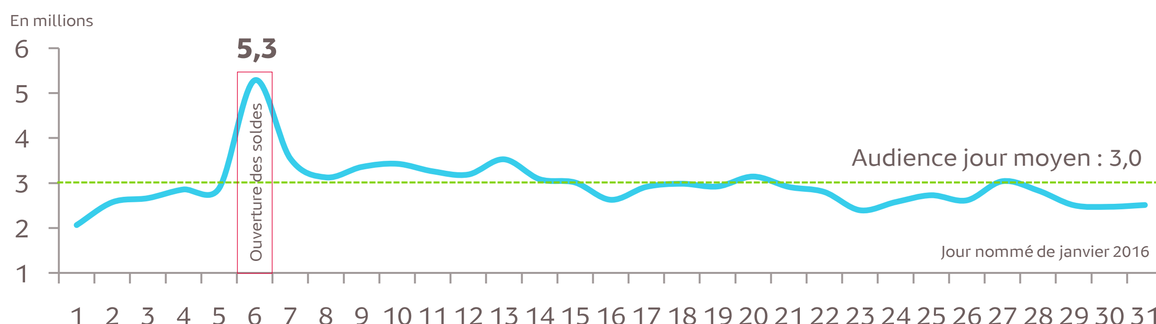
Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2016

5,3 millions d'internautes sur les sites de Mode et Beauté pour l'ouverture des soldes

En janvier 2016, 22,3 millions d'internautes se sont rendus au moins une fois sur un site de Mode et Beauté, soit 46,8% de la population internaute. Cela représente une progression de près d'un million de visiteurs uniques (953 000) par rapport à janvier 2015.

Les internautes se sont particulièrement connectés le jour de l'ouverture des soldes, le mercredi 6 janvier, avec un pic d'audience à 5,3 millions de visiteurs uniques, soit 2,3 millions de plus que l'audience moyenne quotidienne de janvier. Près de 9% des pages de l'ensemble du mois ont été vues ce jour, soit 23 pages vues par internaute contre 15 pages vues pour un jour moyen du mois.

Audience quotidienne de la sous-catégorie « Mode / Beauté » en janvier 2016



Les CSP+ et les 35-49 ans font partie des gros consommateurs de ces sites de mode et de beauté. Ils composent respectivement 37% et 31,9% de l'audience de la sous-catégorie au mois de janvier 2016, contre 27,7% et 24,7% au sein de la population internaute. Ils y ont consacré également plus de temps que la moyenne : si chaque internaute a passé en moyenne 45 minutes sur ces sites, les CSP+ y ont passé 53 minutes et les 35-49 ans 58 minutes.

Top 5 des sites de la sous-catégorie « Mode / Beauté » en janvier 2016

Rang	Marques / Channel	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques jour moyen	Temps par internaute par mois
1	Sarenza	**2 912 077**	176 979	0:12:16
2	Zalando	**2 646 811**	164 767	0:15:56
3	Leboncoin.fr Mode - TS ACPM	**2 642 683**	201 197	0:18:41
4	Kiabi.com	**2 383 392**	138 959	0:10:59
5	Spartoo	**2 227 133**	120 139	0:07:27

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – janvier 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2016

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 318 000
2	Microsoft	35 718 000
3	Facebook	25 812 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	24 334 000
5	Webedia	21 186 000
6	Orange	20 408 000
7	Amazon	19 349 000
8	Solocal Group	19 001 000
9	Schibsted	17 256 000
10	Vivendi	16 848 000
11	Groupe Lagardere	16 505 000
12	Wikimedia Foundation	16 078 000
13	Iliad	15 331 000
14	M6	13 910 000
15	Groupe Auchan	13 650 000
16	Groupe Le Monde	13 285 000
17	Groupe Casino	12 792 000
18	Prisma Media	12 589 000
19	Yahoo	12 236 000
20	Groupe Credit Agricole	12 023 000
21	La Poste	11 983 000
22	eBay	11 149 000
23	francetélévisions	10 824 000
24	auFeminin	10 576 000
25	Fnac	10 312 000
26	Ministere de l Education Nationale	10 187 000
27	Altice Media Group	10 111 000
28	Association VideoLAN	9 648 000
29	Groupe Numericable - SFR	9 550 000
30	Groupe TF1	9 500 000
31	Gouvernement Francais	9 488 000
32	Next Radio TV	9 401 000
33	Apple Computer	9 271 000
34	SNCF France	8 092 000
35	Groupe Le Parisien	7 384 000
36	OTTO	7 284 000
37	La Redoute	7 272 000
38	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	7 076 000
39	Assurance Maladie	6 998 000
40	Mondadori	6 958 000
41	20 Minutes France	6 791 000
42	Meteo France	6 702 000
43	DARTY	6 698 000
44	Societe Generale	6 605 000
45	PriceMinister	6 521 000
46	InterActiveCorp	6 456 000
47	Pole Emploi	6 251 000
48	Kingfisher	6 183 000
49	Carrefour	6 004 000
50	Groupe Amaury	5 957 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – janvier 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 346 000	15 674 000
2	Microsoft	25 837 000	3 662 000
3	Facebook	25 641 000	7 615 000
4	YouTube	22 961 000	3 749 000
5	Amazon	18 981 000	2 112 000
6	Orange - T	18 756 000	5 255 000
7	Leboncoin.fr - TS ACPM	17 221 000	2 922 000
8	Windows Live	16 229 000	2 758 000
9	Wikipedia	15 813 000	1 732 000
10	PagesJaunes	14 882 000	1 246 000
11	Free	14 819 000	1 656 000
12	Skype	14 276 000	4 399 000
13	Cdiscount	11 871 000	1 035 000
14	France Televisions - TS ACPM	10 813 000	980 000
15	Yahoo - T	10 710 000	2 346 000
16	Blogger	10 316 000	777 000
17	Fnac	10 239 000	749 000
18	CommentCaMarche - TS	10 208 000	641 000
19	Le Figaro - TS ACPM	9 756 000	904 000
20	Videolan	9 631 000	1 446 000
21	Apple	9 261 000	1 018 000
22	Dailymotion - TS	9 016 000	648 000
23	SFR	8 873 000	1 679 000
24	Outlook (Outlook.com)	8 755 000	1 997 000
25	AlloCine - TS	8 652 000	648 000
26	MSN - T	8 604 000	1 776 000
27	Linternaute.com - TS	8 571 000	556 000
28	eBay	8 488 000	979 000
29	OverBlog	8 297 000	529 000
30	Le Monde - TS ACPM	8 279 000	808 000
31	Bing	8 099 000	1 257 000
32	Credit Agricole	7 722 000	1 420 000
33	Marmiton - TS	7 483 000	449 000
34	Le Parisien - TS ACPM	7 384 000	577 000
35	La Redoute	7 272 000	530 000
36	Assurance Maladie	6 998 000	553 000
37	Mappy	6 819 000	447 000
38	20minutes.fr - TS ACPM	6 791 000	555 000
39	Tele Loisirs - TS ACPM	6 720 000	947 000
40	Meteo France - TS	6 702 000	752 000
41	L Express.fr - TS ACPM	6 484 000	432 000
42	Le Journal des Femmes - TS	6 463 000	396 000
43	PriceMinister	6 365 000	494 000
44	Doctissimo - TS ACPM	6 327 000	369 000
45	Voyages-Sncf.com	6 306 000	455 000
46	L Obs - TS ACPM	6 299 000	446 000
47	LA POSTE	6 253 000	931 000
48	Pole Emploi	6 215 000	626 000
49	Darty	6 188 000	393 000
50	impots.gouv.fr	6 155 000	351 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – janvier 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – janvier 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Ordinateur en France en janvier 2016

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr